

Relatório sobre a Pesquisa Intenção de Compra para o Dia dos Pais 2013

IFEPD/AL

Maceió, 06/08/2012

Sumário

1	INTRODUÇÃO	1
2	ASPECTOS MERCADOLÓGICOS	1
3	POPULAÇÃO	1
4	PERFIL DOS ENTREVISTADOS	2
5	RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA	4
6	RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA	8

SUMÁRIO GRÁFICOS

<i>Figura 1 - Sexo</i>	<i>2</i>
<i>Figura 2 - Faixa Etária (%)</i>	<i>2</i>
<i>Figura 3 - Escolaridade (%)</i>	<i>3</i>
<i>Figura 4 - Faixa de Renda (%)</i>	<i>3</i>
<i>Figura 5 - Consumidores que irão comemorar o Dia dos Pais</i>	<i>4</i>
<i>Figura 6 - Locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia dos Pais</i>	<i>4</i>
<i>Figura 7 - Consumidores que irão presentear no Dia dos Pais</i>	<i>5</i>
<i>Figura 8 - Motivos pelos quais os consumidores não irão presentear no Dia dos Pais (%)</i>	<i>5</i>
<i>Figura 9 - Valor que os consumidores pretendem gastar com comemoração/presente no Dia dos Pais (%)</i>	<i>6</i>
<i>Figura 10 - Formas de pagamento que os consumidores pretendem utilizar para pagar os presentes do Dia dos Pais (%)</i>	<i>7</i>
<i>Figura 11 - Locais onde os consumidores pretendem comprar para o Dia dos Pais (%)</i>	<i>7</i>
<i>Figura 12 - Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras (%)</i>	<i>8</i>

SUMÁRIO TABELAS

<i>Tabela 1- Produtos que os consumidores pretendem comprar para o Dia dos Pais -----</i>	<i>6</i>
<i>Tabela 2 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por sexo-----</i>	<i>8</i>
<i>Tabela 3 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar comemorar o Dia dos Pais, por faixa de renda. -----</i>	<i>9</i>
<i>Tabela 4 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por faixa etária. -----</i>	<i>9</i>
<i>Tabela 5- Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por faixa de renda.-----</i>	<i>9</i>
<i>Tabela 6 - Distribuição dos entrevistados de acordo com os tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia dos Pais, por sexo. -----</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 7 - Distribuição dos entrevistados de acordo com a forma de pagamento que os consumidores irão utilizar na compra dos presentes o para Dia dos Pais, por sexo. -----</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 8 - Distribuição dos entrevistados de acordo com a forma de pagamento que os consumidores irão utilizar na compra dos presentes o para Dia dos Pais, por faixa de renda. -----</i>	<i>11</i>
<i>Tabela 9 - Distribuição dos entrevistados de acordo com locais que os consumidores preferem na compra dos presentes o para Dia dos Pais, por sexo.-----</i>	<i>11</i>
<i>Tabela 10 - Distribuição dos entrevistados de acordo com locais que os consumidores preferem na compra dos presentes o para Dia dos Pais, por faixa etária. -----</i>	<i>12</i>

1 INTRODUÇÃO

A Federação do Comércio realizou pesquisa para saber o potencial de consumo da população de Maceió para as comemorações do Dia dos Pais. A pesquisa foi realizada pelo Instituto Fecomércio/ de Estudos Pesquisas e Desenvolvimento - IFEPD nos dias 30 e 31 de Julho de 2013. A pesquisa do Dia dos Pais tem a intenção orientar os empresários em suas decisões para adoção de ações competitivas.

Apesar de a data não ter um peso tão importante para o faturamento do varejo quanto o Dias das Mães e o Natal, conjuntura econômica é favorável e o período também é positivo para reduzir o estoque de inverno.

2 ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

O universo contemplado nessa pesquisa foi a população do município de Maceió com idade a partir de 18 anos.

O levantamento foi realizado durante os dias 25 a 31 de Julho de 2013. Os questionários foram compostos por perguntas abertas e fechadas e aplicados pelo método de pesquisa direta.

O tamanho mínimo da amostra foi determinado em 384 questionários, com nível de confiança de 95% e margem de 5%.

Vale ressaltar que, nas questões de múltiplas respostas, a totalização dos índices não fecha em 100%.

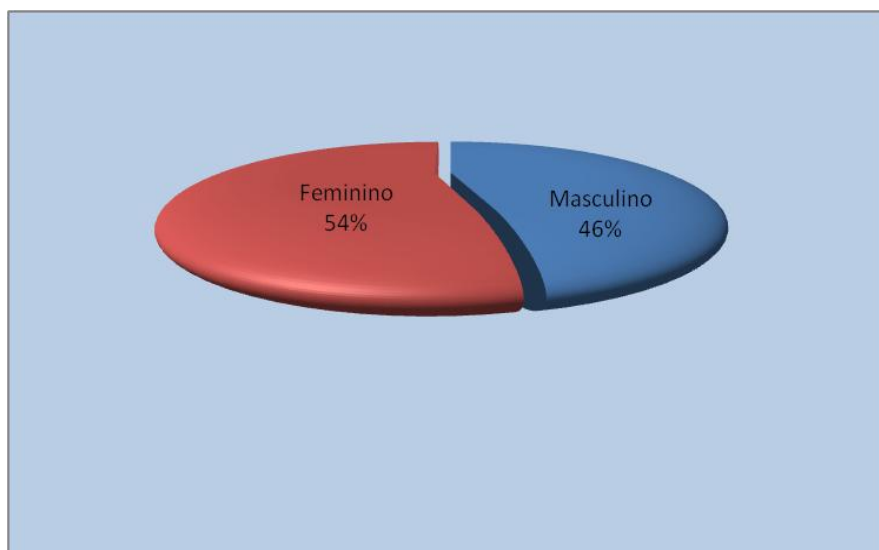
A coleta de dados foi orientada pela coordenação de pesquisa e pelos supervisores de campo do Instituto Fecomércio/AL de Estudos, Pesquisas e Desenvolvimento - IFEPD. Após o trabalho de campo, as informações coletadas foram avaliadas, validadas e processadas com o software estatístico SPSS.

3 POPULAÇÃO

Consumidores em potencial residentes no município de Maceió com idade superior a 18 anos.

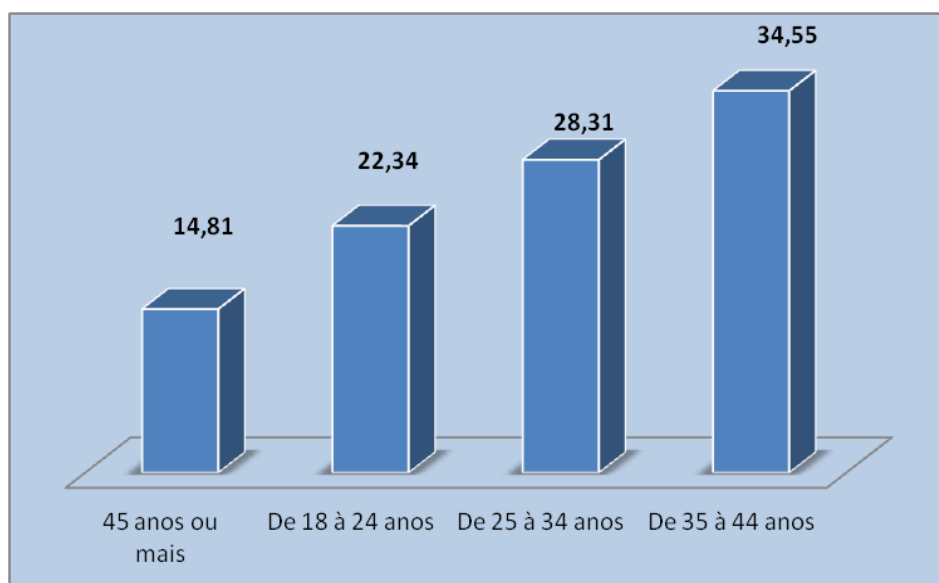
4 PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Figura 1 - Sexo



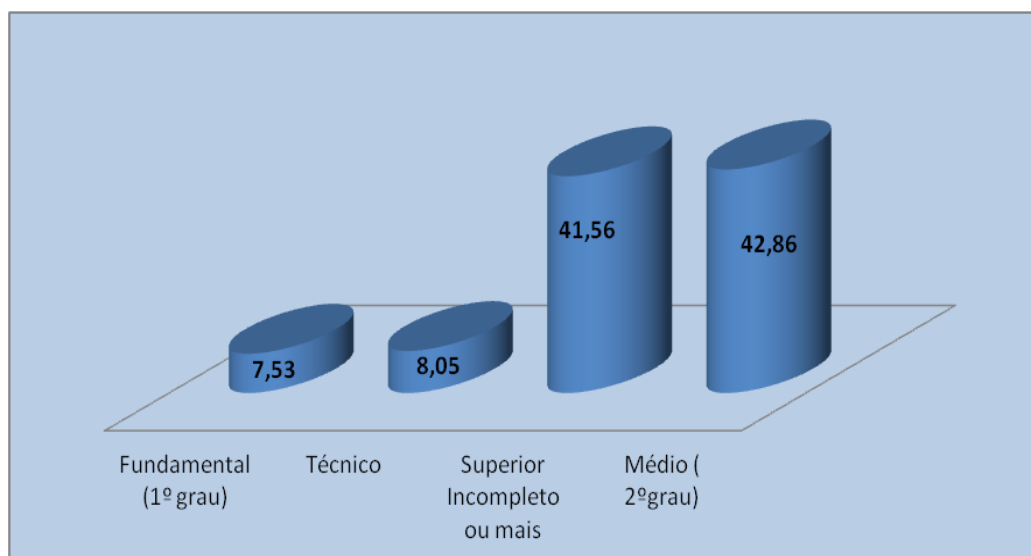
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 2 - Faixa Etária (%)



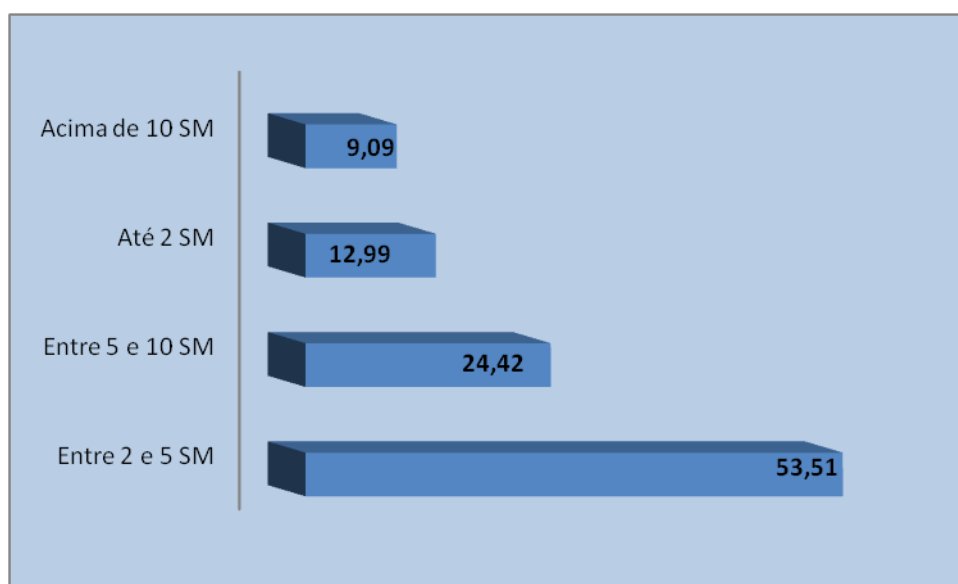
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 3 - Escolaridade (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

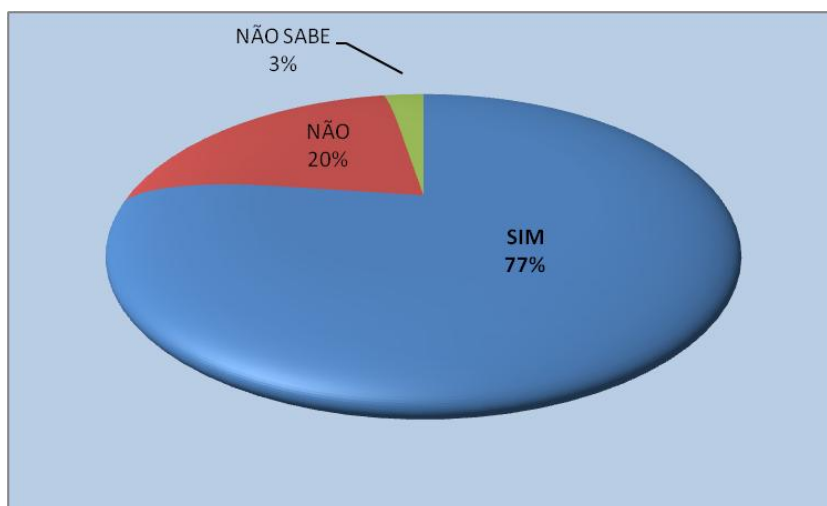
Figura 4 - Faixa de Renda (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

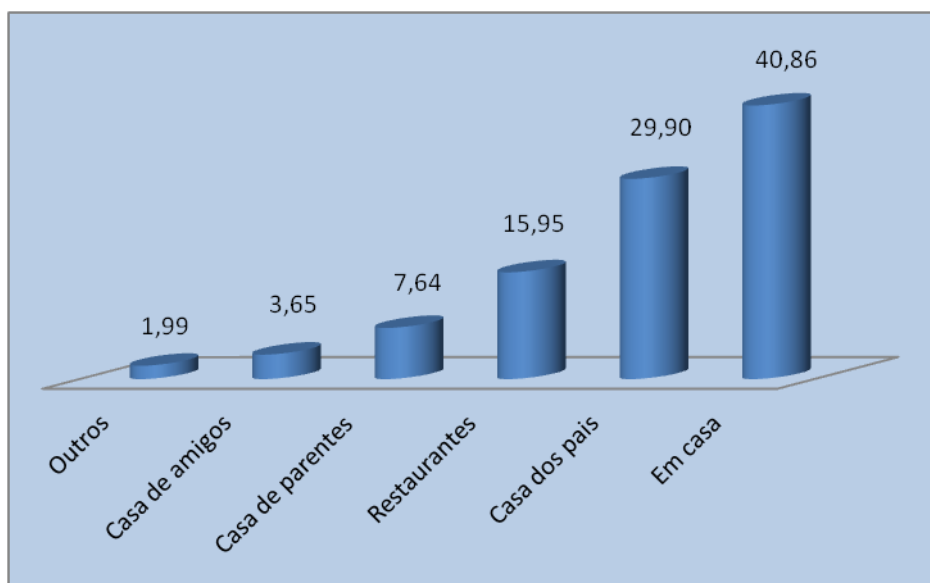
5 RESULTADOS RESUMIDOS DA PESQUISA

Figura 5 - Consumidores que irão comemorar o Dia dos Pais



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 6 - Locais onde os consumidores pretendem comemorar o Dia dos Pais



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 7 - Consumidores que irão presentear no Dia dos Pais

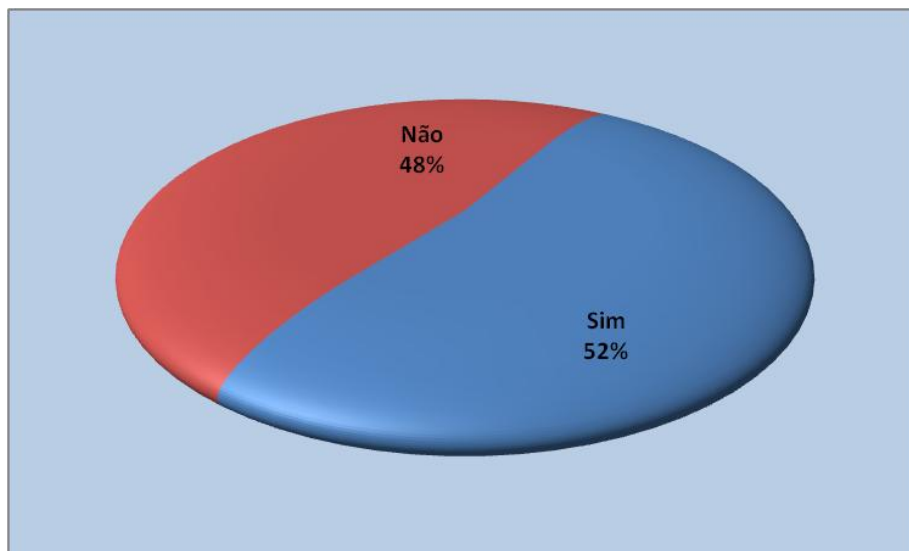
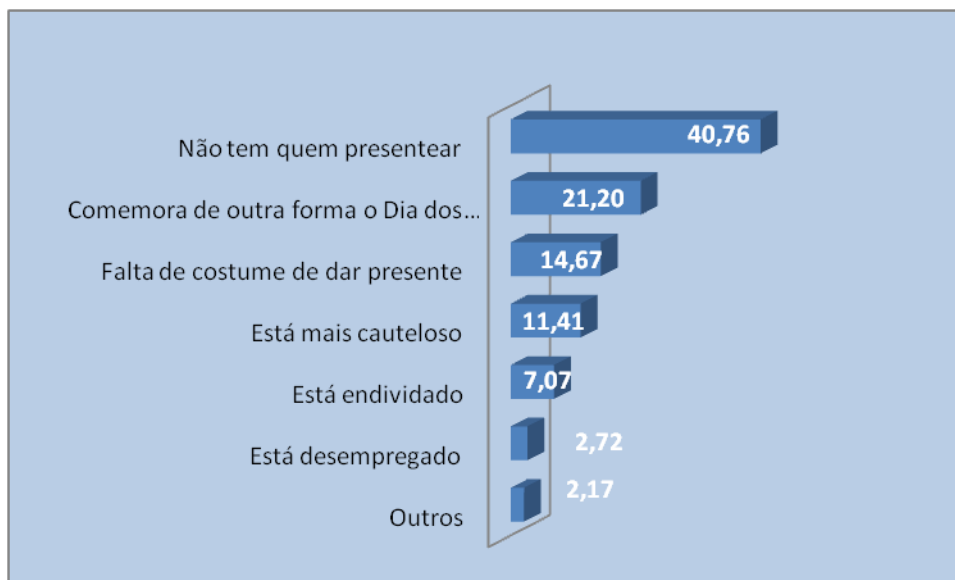
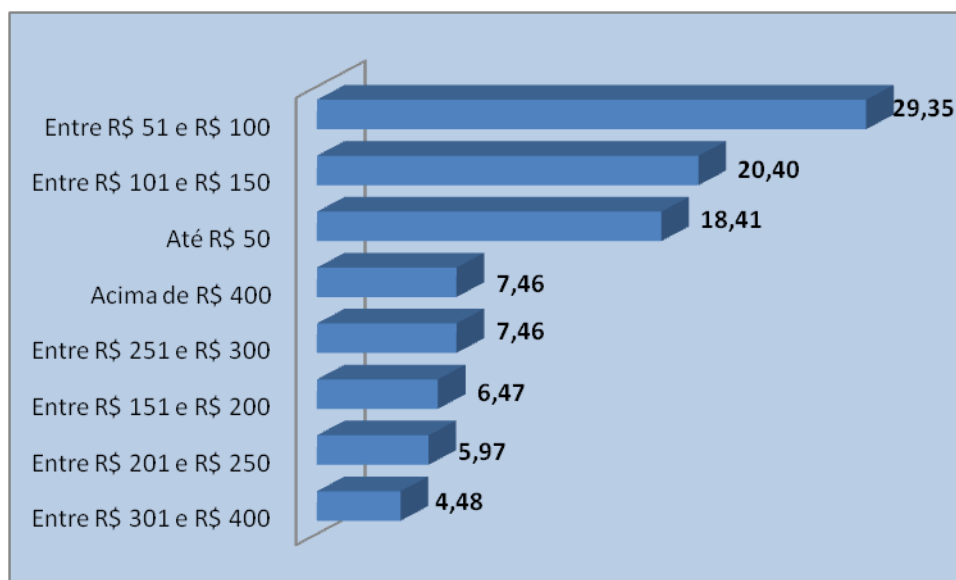


Figura 8 - Motivos pelos quais os consumidores não irão presentear no Dia dos Pais (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 9 - Valor que os consumidores pretendem gastar com comemoração/presente no Dia dos Pais (%)



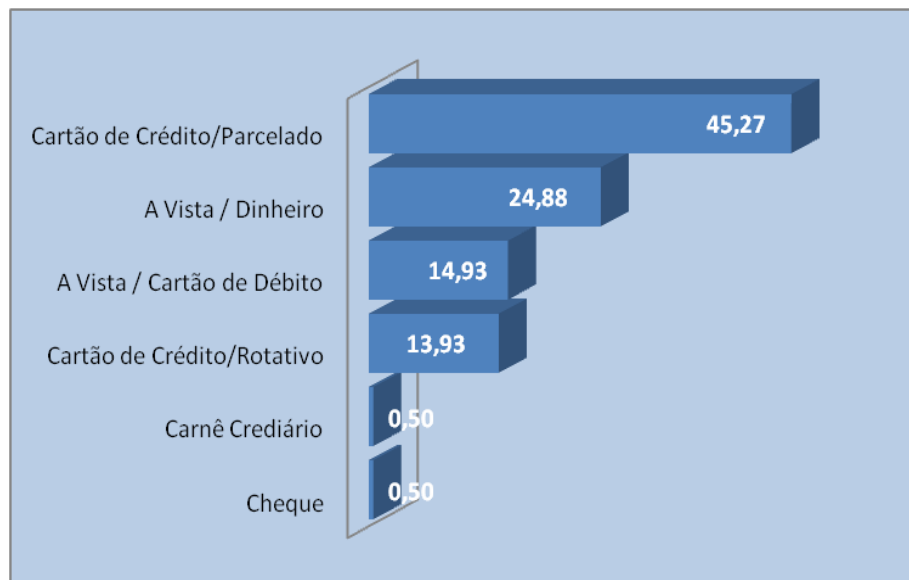
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 1- Produtos que os consumidores pretendem comprar para o Dia dos Pais

Presente	%
Vestuario	43,78
Tablet	13,43
CD/DVD	9,45
Computador	8,96
Barbeador/Aparelho de cortar cabelo	7,46
Perfumes/Cosméticos	5,47
Câmera_Digital	5,47
Acessórios para Automóveis	3,98
Cesta de Café da Manhã	2,99
Outro	2,78
Livros	2,49
Celular_Smartphone	1,99
Óculos/Relógios	1,99
Material_Esportivo	1,99
Calçados	1,49
Viagem	1,49

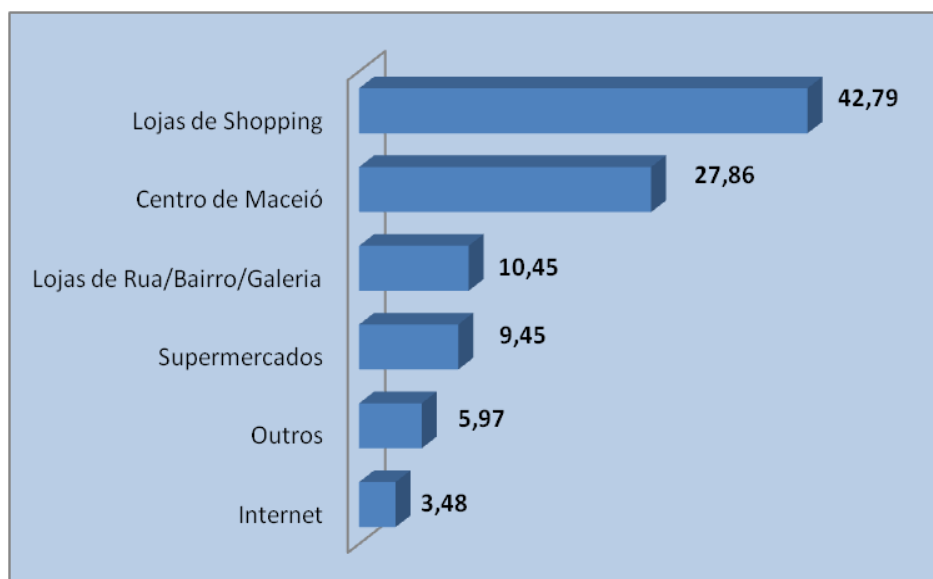
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

Figura 10 - Formas de pagamento que os consumidores pretendem utilizar para pagar os presentes do Dia dos Pais (%)



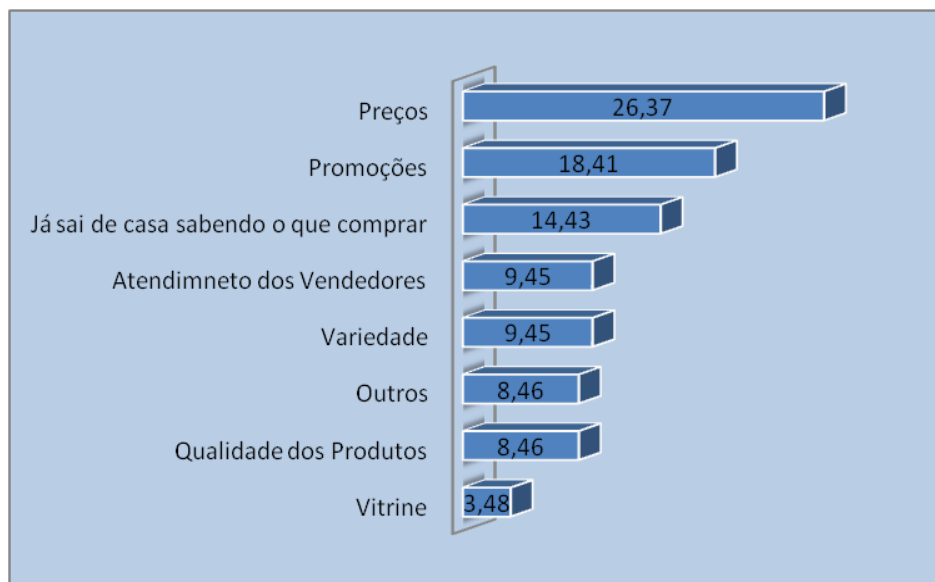
Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Figura 11 - Locais onde os consumidores pretendem comprar para o Dia dos Pais (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

Figura 12 - Motivos que os consumidores levam em consideração ao escolher uma loja para realizar suas compras (%)



Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

6 RESULTADOS DETALHADOS DA PESQUISA

Tabela 2 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por sexo

Resposta	Sexo	
	Valores %	
	Masculino	Feminino
Sim	54,80	50,00
Não	45,20	50,00
Total	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

Tabela 3 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar comemorar o Dia dos Pais, por faixa de renda.

Resposta	Renda			
	Valores %			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Sim	50,00	51,46	58,51	42,86
Não	50,00	48,54	41,49	57,14
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 4 - Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por faixa etária.

Resposta	Idade			
	Valores %			
	De 18 à 24 anos	De 25 à 34 anos	De 35 à 44 anos	45 anos ou mais
Sim	59,30	54,13	54,14	33,33
Não	40,70	45,87	45,86	66,67
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 5- Distribuição dos entrevistados que pretendem realizar compras para presentear no Dia dos Pais, por faixa de renda.

Resposta	Renda			
	Valores %			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Sim	66,00	78,16	75,53	91,43
Não	26,00	19,42	23,40	8,57
Não sabe	8,00	2,43	1,06	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Tabela 6 - Distribuição dos entrevistados de acordo com os tipos de produtos que os consumidores desejam comprar para presentear no Dia dos Pais, por sexo.

Presente	Masculino (%)	Feminino (%)
Vestuario	45,36	42,31
Tablet	11,34	15,38
CD/DVD	7,22	11,54
Computador	9,28	8,65
Barbeador/Aparelho de cortar cabelo	9,28	5,77
Perfumes/Cosméticos	9,28	1,92
Câmera_Digital	3,09	7,69
Acessórios para Automóveis	5,15	2,88
Cesta de Café da Manhã	1,03	4,81
Outro	95,48	96,63
Livros	1,03	3,85
Celular_Smartphone	1,03	2,88
Óculos/Relógios	3,09	0,96
Material_Esportivo	2,06	1,92
Calçados	2,06	0,96
Viagem	1,03	1,92

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento – IFEPD

Tabela 7 - Distribuição dos entrevistados de acordo com a forma de pagamento que os consumidores irão utilizar na compra dos presentes o para Dia dos Pais, por sexo.

Forma de Pagamento	Sexo	
	Valores %	
	Masculino	Feminino
A Vista / Dinheiro	28,87	21,15
A Vista / Cartão de Débito	15,46	14,42
Cartão de Crédito/Rotativo	18,56	9,62
Cartão de Crédito/Parcelado	37,11	52,88
Cheque	0,00	0,96
Carnê Crediário	0,00	0,96
Total	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

Tabela 8 - Distribuição dos entrevistados de acordo com a forma de pagamento que os consumidores irão utilizar na compra dos presentes o para Dia dos Pais, por faixa de renda.

Forma de Pagamento	Renda			
	Valores %			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
A Vista / Dinheiro	12,00	24,53	32,73	20,00
A Vista / Cartão de Débito	20,00	16,04	10,91	13,33
Cartão de Crédito/Rotativo	4,00	12,26	18,18	26,67
Cartão de Crédito/Parcelado	64,00	46,23	36,36	40,00
Cheque	0,00	0,00	1,82	0,00
Carnê Crediário	0,00	0,94	0,00	0,00
Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

Tabela 9 - Distribuição dos entrevistados de acordo com locais que os consumidores preferem na compra dos presentes o para Dia dos Pais, por sexo.

Locais de compra	Sexo	
	Valores %	
	Masculino	Feminino
Lojas de Shopping	36,08	49,04
Lojas de Rua/Bairro/Galeria	17,53	3,85
Supermercados	7,22	11,54
Centro de Maceió	31,96	24,04
Internet	4,12	2,88
Outros	3,09	8,65
Total	100,00	100,00

Fonte: Instituto Fecomércio de Estudos Pesquisas de Desenvolvimento - IFEPD

Tabela 10 - Distribuição dos entrevistados de acordo com locais que os consumidores preferem na compra dos presentes o para Dia dos Pais, por faixa etária.

Locais de compra	Renda			
	Valores %			
	Até 2 SM	Entre 2 e 5 SM	Entre 5 e 10 SM	Acima de 10 SM
Lojas de Shopping	36,00	39,62	49,09	53,33
Lojas de Rua/Bairro/Galeria	12,00	11,32	7,27	13,33
Supermercados	4,00	11,32	10,91	0,00
Centro de Maceió	36,00	30,19	23,64	13,33
Internet	0,00	4,72	1,82	6,67
Outros	12,00	2,83	7,27	13,33
Total	100,00	100,00	100,00	100,00